

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA  
DI GIANT SUN CITY SIDOARJO

S K R I P S I

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu  
Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

DESYA RISQITA

0942010016

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2013

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Giant Sun City Sidoarjo”

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan guna menyelesaikan studi program S1 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak maka tidak mungkin dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Jojok D, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Hj. Suparwati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur
3. Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Kedua Orang Tua penulis yang telah banyak membantu memberi dukungan moril dan materiil.
6. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis menyadari masih ada kekurangan baik dalam segi teknis maupun segi materi penyusunannya. Untuk itu penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun. Semoga laporan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Desember 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
ABSTRAKSI .....	ix
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Landasan Teori .....	10
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
2.2.2 Pengertian Konsep Pemasaran .....	11
2.2.3 Pengertian Pemasaran .....	13
2.2.4 Arti dan Pentingnya Pemasaran .....	15
2.2.5 Pemasaran Jasa .....	15
2.2.5.1 Pengertian Pemasaran Jasa .....	15
2.2.5.2 Karakteristik Pemasaran Jasa .....	16
2.2.5.3 Kualitas Pemasaran Jasa .....	17

2.2.5.4 Macam-macam Pemasaran Jasa .....	18
2.2.6 Kualitas Layanan .....	20
2.2.6.1 Pengertian Kualitas Layanan .....	20
2.2.6.2 Dimensi Kualitas Layanan .....	21
2.2.7 Kepuasan Konsumen.....	24
2.2.7.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	24
2.2.7.2 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	25
2.2.8 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	27
2.3 Kerangka Konseptual.....	27
2.4 Hipotesis.....	30

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.1.1 Definisi Operasional .....	31
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	33
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel .....	34
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Jenis Data.....	36
3.3.2 Sumber Data .....	36
3.3.3 Pengumpulan Data .....	37
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	37
3.4.1 Uji Validitas.....	37

3.4.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	38
3.5.1 Deskripsi Data .....	38
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.5.2.1 Normalitas .....	39
3.5.2.2 Pengujian Multikolinearitas.....	39
3.5.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas.....	40
3.5.2.4 Pengujian Autokorelasi .....	40
3.5.3 Regresi Linier Berganda.....	41
3.6 Pengujian Hipotesis .....	42
3.6.1 Uji F .....	42
3.6.2 Uji t .....	44
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	47
4.2 Penyajian Data .....	48
4.2.1 Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin....	48
4.2.2 Klasifikasi Responden Menurut Usia.....	49
4.2.3 Distribusi Frekuensi Tangible ( $X_1$ ) .....	49
4.2.4 Distribusi Frekuensi Reliability ( $X_2$ ) .....	50
4.2.5 Distribusi Frekuensi Responsiveness ( $X_3$ ) .....	51
4.2.6 Distribusi Frekuensi Assurance ( $X_4$ ) .....	53
4.2.7 Distribusi Frekuensi Empathy ( $X_5$ ) .....	54
4.2.8 Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen (Y) ...	55
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	56

4.3.1	Uji Validitas .....	56
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	58
4.3.3	Teknik Analisis .....	59
4.3.4	Pengujian Hipotesis.....	62
4.4	Pembahasan .....	70
4.4.1	Pengaruh Secara Simultan .....	70
4.4.2	Pengaruh Secara Parsial .....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI GIANT SUN CITY SIDOARJO

DESYA RISQITA  
0942010016

## ABSTRAKSI

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang telah dilakukan pada Giant Sun City Sidoarjo, dapat disimpulkan bahwa Giant Sun City Sidoarjo dihadapkan pada suatu masalah penurunan jumlah pelanggan. Hal ini terlihat dari data jumlah pelanggan selama bulan Januari 2012 – Agustus 2013 telah terjadi ketidakstabilan pada penjualan di Giant Sun City Sidoarjo serta telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang sedang membeli di Giant Sun City Sidoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli di Giant Sun City Sidoarjo. Sampel didapatkan dari perhitungan menggunakan rumus unknown populations yang hasilnya sebesar 96 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik non probability sampling tepatnya purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu minimal berusia 18 tahun dan Responden sebelumnya sudah pernah belanja di Giant Sun City Sidoarjo. Selanjutnya teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan uji statistik uji F dan uji t.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji F dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan (X) yang terdiri dari Bukti fisik / tangible ( $X_1$ ), Keandalan / reliability ( $X_2$ ), Daya Tanggap / responsiveness ( $X_3$ ), Jaminan / assurance ( $X_4$ ), Empati / empathy ( $X_5$ ) secara simultan (bersamaan) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo, selanjutnya dengan menggunakan uji t dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan (X) yang terdiri dari Bukti fisik / tangible ( $X_1$ ), Keandalan / reliability ( $X_2$ ), Daya Tanggap / responsiveness ( $X_3$ ), Jaminan / assurance ( $X_4$ ), Empati / empathy ( $X_5$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo.

**Kata Kunci :** Bukti fisik / tangible ( $X_1$ ), Keandalan / reliability ( $X_2$ ), Daya Tanggap / responsiveness ( $X_3$ ), Jaminan / assurance ( $X_4$ ), Empati / empathy ( $X_5$ ) dan Kepuasan Konsumen (Y)



# ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN THE SHOP GIANT IN SUN CITY SIDOARJO

DESYA RISQITA  
0942010016

## ABSTRACT

Based on preliminary research has been done on Giant Sun City Sidoarjo , it can be concluded that the Giant Sun City Sidoarjo faced with a decrease in the number of customers problems. This is evident from the data on the number of customers during the month of January 2012 - August 2013 there has been instability on sale at Giant Sun City Sidoarjo and there has been a tendency of increase in the number of consumer complaints. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction in shopping at Giant Sun City Sidoarjo.

The data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to consumers who are buying in Giant Sun City Sidoarjo. The population in this study are all consumers who have purchased at Giant Sun City Sidoarjo. Samples obtained from the calculation using the formula that results are unknown Populations of 96 respondents. Sampling technique using non-probability sampling technique rather purposive sampling that the sample selection is based on certain considerations, ie at least 18 years old and has previously respondents shopping at Giant Sun City Sidoarjo. Further analysis technique used is multiple linear regression statistical test F test and t test.

From the results of calculations using the F test can be seen that there is influence between quality of service (X) which consists of Tangible ( $X_1$ ), Reliability ( $X_2$ ), Responsiveness ( $X_3$ ), Assurance ( $X_4$ ), and Emphaty ( $X_5$ ) simultaneously (concurrently) to customer satisfaction (Y) in shopping at Giant Sun City Sidoarjo, then by using the t test can be seen that there is influence between quality of service (X) which consists of Tangible ( $X_1$ ), Reliability ( $X_2$ ), Responsiveness ( $X_3$ ), Assurance ( $X_4$ ), and Emphaty ( $X_5$ ) partially on customer satisfaction (Y) in shopping at Giant Sun City Sidoarjo

Key Word: Tangible ( $X_1$ ), Reliability ( $X_2$ ), Responsiveness ( $X_3$ ), Assurance ( $X_4$ ), Emphaty ( $X_5$ ), dan Customer Satisfaction (Y)

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa selalu meningkat baik dari segi kualitas maupun kuantitas, hal ini seiring dengan perkembangan dan kemajuan jaman, dampaknya adanya perilaku konsumen dalam menentukan tempat pembelanjaan yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Semakin meningkatnya tempat pembelanjaan akan memberikan banyak alternatif kepada masyarakat sebagai konsumen untuk memilih tempat pembelanjaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan financial konsumen. Hal ini harus diimbangi oleh pedagang untuk berusaha menarik konsumen agar mau membeli barang ditempat dimana dia membuka dagangannya. Terlebih dahulu pedagang harus menentukan segmen pasar, layanan dan fasilitas yang memadai disesuaikan dengan segmen pasar yang telah ditetapkan. Pedagang harus cepat tanggap dan segera menyesuaikan akan perubahan selera dan kemampuan konsumen.

Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat dan dapat pula mencapai tujuan yang diinginkan, setiap produsen dituntut lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen karena pada dasarnya konsumen akan membeli suatu produk yang akan memuaskan keinginannya, sehingga dalam jangka panjang perusahaan dapat mendapatkan keuntungan yang

diharapkan. Mereka saling berlomba untuk memberikan kualitas layanan dan harga terbaik bagi konsumennya agar yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara maksimal sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

Kualitas layanan adalah persepsi konsumen terhadap keunggulan suatu layanan. Pada dasarnya hanya konsumen yang menilai kualitas layanan suatu organisasi berkualitas atau tidak. (Parasuraman, et.al, 2000: 44), sedangkan kepuasan menurut Kotler (2002: 36) merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk yang ia rasakan dibandingkan harapannya.

Hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen seperti yang dinyatakan oleh Bloemer et.al, (2003: 56) bahwa kualitas layanan bertujuan untuk memberikan bentuk layanan yang sebaik- baiknya kepada para konsumennya, sehingga akan tercipta kepuasan konsumen.

Pendapat tentang kepuasan konsumen juga dikemukakan oleh Band (2001: 30), yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen akan dapat terpenuhi atau terlampaui melalui suatu transaksi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau loyalitas konsumen.

Obyek yang digunakan dalam penelitian adalah adalah Giant Sun City Sidoarjo, dengan meneliti segi kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Salah satu indikasi dari penilaian kualitas layanan dan ketidakpuasan konsumen

terhadap suatu merek adalah banyaknya komplain konsumen terhadap merek tersebut.

Salah satu pusat pembelanjaan yang menarik konsumen khususnya masyarakat sidoarjo adalah Giant Sun City Sidoarjo. Sebagaimana pusat pembelanjaan dan pasar swalayan yang lain, Giant Sun City selalu berusaha agar tetap diminati oleh konsumen untuk melakukan repeat order ditempatnya.

Giant Sun City Sidoarjo merupakan pasar swalayan yang melakukan bisnis eceran dengan berhubungan langsung dengan konsumen akhir bertujuan untuk memenuhi kebutuhan total konsumen, yaitu tempat belanja terpadu yang menjual barang-barang dari barang kebutuhan sehari-hari sampai dengan barang eksklusif serta menjual berbagai jenis barang dengan volume transaksi besar. Barang-barang tersebut beraneka ragam, dari barang kebutuhan dapur, perabot rumah tangga, perabot kamar tidur, perabot kamar mandi, kosmetik, aksesoris lain, pakaian, sepatu, tas dan sampai pada barang elektronik. Keberadaan Giant Sun City Sidoarjo merupakan tuntutan masyarakat perkotaan Sidoarjo yang cenderung membutuhkan tempat perbelanjaan dengan produk yang berkualitas dengan jenis produk bervariasi, layanan yang lebih baik, dan fasilitas yang memadai, karena hal tersebut mampu menarik konsumen untuk melakukan belanja di Giant Sun City Sidoarjo.

Tabel 1.1. berikut ini akan disajikan data hasil penjualan di Giant Sun City Sidoarjo mulai Januari 2012 – Agustus 2013, adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Penjualan Di Giant Sun City Sidoarjo  
Periode Januari 2012 – Agustus 2013

Periode	Penjualan (Rupiah)
Jan 2012	167.854.250
Feb 2012	84.176.395
Mar 2012	155.836.765
Apr 2012	113.752.378
Mei 2012	74.605.528
Jun 2012	68.112.450
Jul 2012	91.673.284
Agu 2012	78.677.525
Sep 2012	216.612.850
Okt 2012	175.928.100
Nop 2012	108.154.365
Des 2012	132.130.752
Jan 2013	151.068.825
Feb 2013	95.587.550
Mar 2013	140.253.080
Apr 2013	102.377.140
Mei 2013	67.144.975
Jun 2013	61.301.205
Jul 2013	102.505.955
Agu 2013	70.809.772

Sumber : Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2013

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa selama 1 tahun terakhir dari bulan Januari 2012 – Agustus 2013 telah terjadi ketidakstabilan pada penjualan di Giant Sun City Sidoarjo. (Sumber: Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2013).

Tabel 1.2. berikut ini akan disajikan data jumlah komplain konsumen di Giant Sun City Sidoarjo mulai Januari 2012 – Agustus 2013, adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2

**Jumlah Komplain Konsumen Di Giant Sun City Sidoarjo  
Periode Januari 2012 – Agustus 2013**

Periode	Jumlah (Orang)
Jan 2012	107
Feb 2012	84
Mar 2012	155
Apr 2012	113
Mei 2012	74
Jun 2012	68
Jul 2012	91
Agu 2012	78
Sep 2012	116
Okt 2012	125
Nop 2012	108
Des 2012	132
Jan 2013	110
Feb 2013	92
Mar 2013	157
Apr 2013	117
Mei 2013	76
Jun 2013	68
Jul 2013	86
Agu 2013	82

Sumber : Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2013

Berdasarkan tabel 1.2, dapat diketahui bahwa selama bulan Januari 2012 – Agustus 2013 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain konsumen di Giant Sun City Sidoarjo. (Sumber: Giant Sun City Sidoarjo, Tahun 2013).

Terjadinya ketidakstabilan pada penjualan dan kecenderungan kenaikan pada jumlah komplain konsumen merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya. Banyak hal yang menjadi penyebab dari hal tersebut, salah satunya adalah pemberian layanan kepada konsumen yang kurang bagus dan harga yang lebih tinggi dibandingkan tempat yang lain sehingga kepuasan konsumen tidak tercapai.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen konsumen, untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul “Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo”.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan (X) yang terdiri dari bukti fisik / tangible ( $X_1$ ), keandalan / reliability ( $X_2$ ), daya tanggap / responsiveness ( $X_3$ ), jaminan / assurance ( $X_4$ ), empati / empathy ( $X_5$ ) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo ?
2. Apakah bukti fisik / tangible ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo ?
3. Apakah keandalan / reliability ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo ?
4. Apakah daya tanggap / responsiveness ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo ?
5. Apakah jaminan / assurance ( $X_4$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo ?

6. Apakah empati / empathy ( $X_5$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo ?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas layanan ( $X$ ) yang terdiri dari bukti fisik / tangible ( $X_1$ ), keandalan / reliability ( $X_2$ ), daya tanggap / responsiveness ( $X_3$ ), jaminan / assurance ( $X_4$ ), empati / empathy ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik / tangible ( $X_1$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo
3. Untuk mengetahui pengaruh keandalan / reliability ( $X_2$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap / responsiveness ( $X_3$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo
5. Untuk mengetahui pengaruh jaminan / assurance ( $X_4$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo
6. Untuk mengetahui pengaruh empati / empathy ( $X_5$ ) secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Giant Sun City Sidoarjo



#### 1.4. Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh pihak manajemen Giant Sun City Sidoarjo terkait dengan kepuasan konsumen.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan terutama teori marketing / pemasaran khususnya tentang teori kepuasan pelanggan.
3. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang